



Stellen das »Närrische Schaufenster« mit Prinzessinnen-Puppe vor: Prinz Philipp I. Frahmke (von links), Bürgermeister Burkhard Deppe, Präsident Hermann-Josef Koch, Maik Kulgemeyer, Horst Verhoeven, Hauptamtsleiter Uwe Schwager und Sylvie Thormann, Geschäftsführerin der Touristik GmbH. Foto: Braun

# Rot-Weiße Garde will die Jugend begeistern

## Aktion »Närrisches Schaufenster« mit Gewinnspiel

Von Wolfgang Braun

Bad Driburg (WB). Geschäfte in der Bad Driburger Innenstadt zeigen jetzt »Närrische Schaufenster« mit Karnevals-Kostümen und Bildern. Die Gemeinschaftsaktion des Werberings, der Touristik GmbH und der Rot-Weißen Garde soll vor allem junge Leute ansprechen.

Ausgestellt sind außer Kostümen und Uniformen auch Karnevalsorden, Mützen und viele, viele Bilder aus den Sessionen der vergangenen Jahrzehnten.

Die Idee zum »Närrischen Schaufenster« sei im vergangenen Sommer beim Stadtfest entstanden, erinnerte sich der Präsident der Rot-Weißen Garde, Hermann-Josef Koch, in einem Pressegespräch. Hintergrund sei, dass die Bad Driburger Karnevalsgesellschaft Rot-Weiße Garde von 1946 ein nur recht kleiner Verein

mit insgesamt 152 Mitgliedern sei. Von den 81 Aktiven aber seien 56 über 50 Jahre alt. »Wenn wir nicht jetzt Jüngere für eine Mitgliedschaft gewinnen, dann kann man absehen, wann wir den Schlüssel 'rundrehen werden«, beschrieb Koch das Problem ganz offen und ganz drastisch.

Mit der Ausstellung in 18 Geschäften des Werberings wolle die Gesellschaft sich einer breiteren Öffentlichkeit präsentieren. »Wir wollen von dem Image weg, wir seien ein elitärer Kreis – ein Vorurteil, das man in den vergangenen Jahren immer wieder gehört hat«, erläuterte er das Ziel. Auch bei den Veranstaltungen selbst sehe man kaum Jugendliche. Aber mit dem 23-jährigen Prinzen Philipp I. biete man den jüngsten Prinzen in der Geschichte des Vereins auf und schlage so eine Brücke zur Jugend.

Dank der guten Zusammenar-

beit mit dem Werbering sei die Aktion mit einer noch besseren Beteiligung von Geschäften angefallen als er erwartet habe, fügte der Präsident hinzu.

Um die Resonanz der »Närrischen Schaufenster« weiter zu steigern, ist es mit einem Gewinnspiel verbunden. Je ein Buchstabe verbirgt sich in jeder der Schaufenster-Präsentationen. Daraus muss ein Lösungswort zusammengesetzt werden. Unter den richtigen Einsendungen werden am Rosenmontag im Rathaus die Gewinner gezogen. Erster Preis ist ein Wellness-Wochenende für zwei Personen, zweiter Preis ein Candle-Light-Dinner zu zweit und dritter Preis zwei Freikarten für Veranstaltungen nach Wahl der Rot-Weißen Garde.

Bürgermeister Burkhard Deppe lobte diese Aktion: »Die Rot-Weiße Garde erzeugt Gemeinschaftsgefühl in unserer Stadt. Sie ist ein großartiger Werbeträger.«

»Wir wollen von dem Image weg, wir seien ein elitärer Kreis.«

Hermann-Josef Koch